

## PRINT NUR DURCH DEN WANDEL ERFOLGREICH

Technik ist Technik – sie ist und bleibt Mittel zum Zweck. Und sie lässt höchstens erahnen, wie wir in Zukunft drucken werden. Viel spannender erscheint jedoch die Frage, was wir künftig drucken werden.

Auf den ersten Blick ist die Antwort relativ einfach. Die Anwendungen sind inzwischen weit über das Bedrucken von Papier hinausgewachsen. Diese vielleicht beruhigende Erkenntnis dürfte für einen seriösen Ausblick jedoch eher unzureichend sein. Denn es bleibt noch immer die Frage nach dem Schicksal der klassischen Print-Produkte.

Der «Future Summit Print 2016» in München (siehe vorstehenden Beitrag) beschäftigte sich genau mit einem solchen Ausblick und zeigte

unmissverständlich die gestärkte und wieder wachsende Bedeutung von Print in einer sich permanent verändernden Medienwelt.

Der Zukunftsforscher Matthias Horx belegte dies mit seiner auf Fakten beruhenden Beobachtung, dass in einer Zeit der extremen Digitalisierung die Faktoren Entschleunigung und Achtsamkeit an Bedeutung gewinnen. Denn es gebe Anzeichen dafür, dass die Nutzung sozialer Medien ihren höchsten Pegel bereits überschritten hat – und so erkläre es

sich, dass das Pendel der Mediennutzung wieder in Richtung Print ausschlägt. «Es kehrt alles zurück, aber es stellt das Alte nicht wieder her», sagte Horx.

Was nur bedeuten kann, dass sich die Drucker selbstbewusst auf ihre ureigenen Stärken konzentrieren müssen, um im Markt weiterhin relevanter Ansprechpartner zu sein. Und sie müssen sich selbst und ihre Produkte gleichzeitig weiterentwickeln, weil Print nur im Wandel erfolgreich sein kann. Genau diese beiden Aspekte fielen beim Kongress in München besonders positiv auf. Aus dem «Jammertal Print» ist offensichtlich wieder ein fruchtbares Feld geworden, das sich wieder zu beackern lohnt. Dies signalisieren Agenturen ebenso wie die werbetreibende Industrie. Die Medienwelt wird sich zwar auch in Zukunft weiterdrehen und in die eine oder andere Richtung verändern – aber Print wird immer mit dabei sein.

Und zweitens haben Drucker offenbar gelernt, auf Augenhöhe mit Marketing-Spezialisten und Werbern zu diskutieren. Eben nicht nur über Grammatiken, Rasterweiten oder Auflagen. Die Best-Practice-Beispiele, die Diskussionsbeiträge um Conversion Rates, über Impact oder Markenbildung zeigten auf dem Kongress, dass kompetente Drucker mit ihren Druckereien wichtige Partner der Werbeindustrie auch in der vermeintlich digitalen Welt sind. Sie verstehen das Business ihrer Kunden, sie verstehen das Geschäft des Marketings und das der Werber und sie wissen ganz genau, für welche Zwecke sie ihren Kunden Print-Produkte empfehlen können.

Das spiegelt die Bereitschaft der Einzelnen zum Wandel und die Kraft der Branche wider. Und das macht Mut.

nico

# Kreativ

Kreative Idee?  
Chromos bietet Ihnen im Bereich Inkjet eine Vielzahl von Lösungen zur Umsetzung Ihrer Geschäftsideen.

Weitere Informationen unter: [www.chromos-inkjet.ch](http://www.chromos-inkjet.ch)

**chromos - Inkjet**  **DOMINO**  
starke Marken, starke Lösungen

Domino  
ist an den  
Hunkeler  
Innovation  
Days 2017!

